

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era yang modern ini semakin banyak pasar-pasar yang berdiri di Indonesia seperti pasar modern. Kemajuan pasar modern ini diikuti dengan teknologi yang semakin berkembang pula yang membuat pasar tradisional mulai disingkirkan. Pasar tradisional yang dahulu diminati banyak orang karena pasar yang murah tetapi mulai tersingkir dengan adanya pasar modern seperti supermarket, departement store. Pasar modern yang kini hadir ditengah masyarakat bak tumbuhnya jamur di musim hujan, telah mampu menandingi pasar tradisional yang pada umumnya mempunyai kesan kumuh, becek, dan kotor. Dalam pasar tradisional tersebut, metode belanja dilakukan konsumen adalah dengan negosiasi harga atau tawar-menawar dari satu pedagang ke pedagang lainnya. Metode ini banyak menghabiskan waktu, tenaga, serta biaya-biaya transaksi lainnya.

Dengan adanya perkembangan tingkat ekonomi dan keajuan dalam bidang transportasi, teknologi, pendidikan, dan komunikasi menciptakan masyarakat pada ekonomi yang modern. Arah dari kondisi ini akan membuat masyarakat berubah pola perilakunya dalam kehidupannya. Dimana masyarakat akan semakin sibuk yang membuat semakin minimnya waktu dan bernilai. Ini hanya terjadi di kota-kota besar khususnya untuk kalangan yang levelnya

menengah sampai golongan atas. Di sekarang ini pasar tradisional bukan sebagai tujuan yang utama konsumen untuk berbelanja. Seiring kemajuan dalam berbelanja menyebabkan semakin banyak perusahaan-perusahaan yang bermunculan yang seperti pertokoan, department store, supermarket, atau swalayan.

Department store memberikan banyak pilihan yang dapat dijadikan referensi konsumen dalam memilih produk yang diinginkan dengan tempat yang lebih nyaman. Biasanya dalam departemen store menawarkan banyak macam produk dengan kualitas dan kemasan yang unik untuk menarik minat dalam membeli. Ditambah tempat yang nyaman, sejuk, adem dan lain-lain mendukung konsumen terasa betah berlama-lama di departemen store. Dengan banyaknya minat konsumen untuk berbelanja di department store saat ini menjadi peluang besar dan menguntungkan perusahaan. Maka dengan terjadinya hal tersebut, kini banyak perusahaan yang tertarik untuk berkecimpung dalam bidang bisnis yang sama. Hal ini juga terjadi di kota Surakarta, dapat dilihat semakin banyak pasar swalayan yang muncul misalnya Alfa, Gorro Assalam, Hero, Matahari, Hypermart, dan sebagainya. Sehingga hal ini, menyebabkan konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih tempat untuk berbelanja yang sesuai dengan harapan dan kepuasan yang mereka inginkan. Hal tersebut juga menimbulkan persaingan yang ketat karena para pengusaha saling berlomba dan bersaing untuk menarik konsumen untuk menjadi pelanggannya.

B. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Adakah perbedaan nilai antara konsumen pria dan wanita di *department store* kota Surakarta?
2. Adakah perbedaan antara nilai berbelanja pada konsumen dengan usia tertentu di *department store* kota Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diteliti pada penelitian ini adalah menganalisis perbedaan belanja konsumen utilitarian dan hedonisme.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Secara Teoriti
 - Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan atas pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu ekonomi.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat:

- Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis yaitu kesempatan menerapkan teori - teori yang telah diperoleh diperkuliahan dan menambah wawasan pengetahuan pasar modal dan aktivitasnya mengenai dividen.

- Bagi Manajemen

Manfaat penelitian ini bagi manajemen yaitu memberikan kontribusi bagi manajer dalam menentukan suatu strategi yang agar produk tersebut tepat sasaran pada konsumen.

- Bagi Pihak Lain

Hasil penulisan ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan referensi untuk penelitian dan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian berikutnya.